基于媒介与信息素养的企业知识创新支撑路径探究*

王弘钰[1] 邹纯龙[1] 马海群[2]

[1] 吉林大学商学院 长春 130012 [2] 黑龙江大学信息资源管理研究中心 哈尔滨 150080

摘要：[目的/意义]以个体媒介与信息素养为基础探究企业知识创新支撑路径，为推动企业知识创新提供新的视角和具体方式。[方法/过程]首先对大数据时代的数据、信息和知识内涵进行辨析，同时结合其整体关联性对媒介与信息素养和知识创新进行理论梳理与分析，然后以媒介与信息素养的3个维度为依据，通过相应案例分析探究企业知识创新支撑路径，并提出相应对策和措施。[结果/结论]研究表明：信息需求意识、新媒体技术应用能力和数据信息整合能力是企业进行知识创新的支撑路径，其中对信息的需求意识是知识创新的基础来源，新媒体技术的应用能力是知识创新的重要手段，数据信息整合是完成知识创新的必要过程。

关键词：知识创新 支撑路径 媒介与信息素养 大数据

分类号：G206

DOI：10.13266/j.issn.0252-3116.2019.04.005

习近平总书记在党的十九大报告中指出中国特色社会主义进入了新时代。在这关键时期，如何通过科学的创新引领发展成为各界关注的问题。2016年全国科技创新大会上，习近平总书记就已经提出了科学创新中知识和真理的重要性，而企业作为国家创新体系建设的有机主体，因具有较高的知识创新和应用水平，能够加速推进我国创新型国家的建设，增强创新能力和核心竞争力[1]。现有文献关于企业知识创新的研究已具有一定的基础，主要集中于：①构建企业知识服务和创新模式[2-3]，如洪江涛等应用微分博弈的方法，分析了价值链协同状态下的知识创新过程，并得出协同条件下帕累托最优的知识创新情况；张玲等则运用社会网络方法对知识创新的过程进行分解，以长春企业为例对所述观点进行验证。提出企业知识创新和社会网络有密切关联，网络节点越丰富越有利于产学结合，从而强化网络关系；顾新建等基于知识创新的相关定量研究并结合知识管理的方法，提出了知识创新的具体机制和途径[4]。②探究知识创新的影响因素，包括个体层面的人力资源特征等[5]，王晓红的研究表明个体进行知识吸收的能力会通过集群效应产生大规模影响[6]。③探究组织层面的文化氛围、制度结构和技术因素等对企业知识创新的影响及实证检验[7]，学者M. J. Donate和F. Guadamillas认为企业知识导向文化，知识型领导等对知识创新产生重要影响，并以111家西班牙企业为例进行统计分析与检验[8]。④根据不同知识的特点和创新理论，研究知识创新的形成机制与模型[9-10]。王玉梅依据技术创新过程理论将知识创新分为构思、评价、成果研发、成果商业化与反思五个阶段[4]。上述研究围绕知识本身的获取、吸收和创造等过程探讨企业知识创新，往往从知识基础观入手探究主体的知识特征及其影响，多局限于探究企业知识创新的内部机制。然而外部知识的利用也会对知识创新产生重要影响，主体的知识创新不仅要依靠自身的知识更新，更要吸收外部知识整合并重塑现有知识。

大数据时代，信息已然成为了一种新的知识形态，研究表明依靠先进的技术手段对数据为载体的信息进行分析能够提炼出新的知识，数据、信息和知识在大数据时代成为了并行且密切关联的创新资源[11-12]。伴随数据、信息和知识的紧密关联，知识的创新方式正在向数字化、智能化和互动化迈进，这同时对以人为核心的知识创新过程中的个体素养提出了新的要求。与此同时，联合国教科文组织融合了信息素养和媒介素养

* 本文系国家自然科学基金项目“忠诚还是叛逆？——员工越轨创新行为的内容结构、形成机制和影响结果”（项目编号：71872069）和黑龙江省高等教育教学改革研究项目“大学生信息素养体系建构研究”（项目编号：SJGY20170457）研究成果之一。

作者简介：王弘钰（ORCID：0000-0002-9673-6826），教授，博士，博士生导师；邹纯龙（ORCID：0000-0002-0214-7116），博士研究生，通讯作者，E-mail：zoucl888@sina.com；马海群（ORCID：0000-0002-2091-7620），教授，博士，博士生导师。

收稿日期：2018-05-31 修回日期：2018-09-06 本文起止页码：39-46 本文责任编辑：王传清

提出媒介与信息素养这一复合概念，强调个体对各种媒介信息的获取、分析、评估和传播能力以及利用媒介信息来实现自我发展和促进社会进步的重要作用。因此个体如何利用数字化的媒介技术，认识、获取、处理并分析解读所获取的信息，再对信息内容进行深度加工，进而整合成新知识对企业的知识创新就显得尤为关键[13]。在此情境下，媒介使信息传递和加工的过程产生改变，也让知识创新的观念、方式和途径都发生了根本性的变化。鉴于此，本文首先辨析大数据环境下数据、信息和知识的概念及其关联性，然后借助个体媒介与信息素养这一概念分析其对企业知识创新的影响，并以此为基础探究企业知识创新支撑路径，从而为企业合理利用数字化信息资源提供理论和实践指导。

1 相关概念

1.1 数据、信息和知识

随着新媒体与互联网环境的变化，信息、数据和知识的概念边界逐渐趋于模糊，它们之间既相互关联又相互印证，体现为逐渐强化的整体关联性。信息技术的提高使数据的内涵逐渐扩展，并在一定程度上成为能够与信息相互替代的概念[14]。依靠技术手段经过数据挖掘和信息分析能够获得这些大数据背后的价值，这种价值体现为分析、重塑和整合而形成具有新规律的内容，也就是知识。因此，以数据为载体的信息经过技术挖掘和分析而生成具有新规律的知识[15]，从而将数据、信息和知识协调组合形成紧密关联的整体[16]，在这一整体中任何要素都不能单独发生作用，需要依靠彼此进行优化处理和有效重构，才能发挥超越各要素职能的功能，增进系统的价值。所以，对知识创新的探讨不应该局限于知识本身，更需要结合数据和信息探究创新知识的手段和方式。企业为了更好地融入新媒介生态实现高效的知识创新，需要依赖个体识别海量数据以及应用新媒介技术进行信息挖掘和处理等能力。因此伴随数据、信息和知识的关联性加强，个体的媒介与信息素养将成为企业知识创新不可或缺的因素。

1.2 媒介与信息素养的提出及其内涵

联合国教科文组织[17]首先提出媒介与信息素养（media and information literacy）这一概念，认为它是将媒介素养与信息素养合二为一的复合概念，其中媒介素养体现言论传播和评判的自由，而信息素养强调对信息的利用。国际图书馆协会联合会于2011年在《媒介与信息素养建议书》中将媒介与信息素养具体定义为个体发现信息、评价信息、有序组织信息并合理利用信息的态度、技能和知识[18]，并且强调了要通过信息技术和传播手段增进学习效率和批判性思维的能力。因此媒介与信息素养包含的信息资源不仅局限于传统的印刷、音像等资源，更是扩展到新媒体技术下的数字资源，例如以手机、电脑为媒介的图片、文字、音频和视频。在大数据时代，具有媒介与信息素养意味着个体可以使用特定工具获取、理解、共享和使用所有载体形式的媒介信息，以批判性的思维和更高的效率挖掘信息价值。与传统的信息素养相比，媒介信息素养更讲求对信息进行甄别和选择以获取有价值的信息，并要求对信息有较高的处理能力，从而对信息进行深层利用[19]。可见，媒介与信息素养这一概念更符合大数据背景下信息增长和价值分析的需求，也为企业面对海量数字化信息时，如何树立正确的信息需求意识、把握新媒体技术和提升数据挖掘能力以实现大数据时代的知识创新提供全新的分析视角。因此，本研究将立足于个体的媒介与信息素养对企业知识创新的影响过程，试图以媒介与信息素养为路径构建具有可操作性的企业知识创新模式。

1.3 媒介与信息素养视角下的知识创新内涵

知识创新这一概念最早由美国学者 D. M. Amidon 提出，认为知识创新是将具有创造性的知识应用在企业的实践过程中并获得新的产品以取得竞争优势的过程[20]。随着研究的深入，学者们更倾向于将知识创新视为一个动态的发展过程[21]，该过程会受到当前的社会环境、技术发展和反馈结果等多种因素影响，而最终的目的是创造出新的知识[22]。然而在大数据时代，大量的结构化数据信息为知识创新提供了多样化的来源，此时的企业知识创新拥有了更丰富的资源基础，将不仅局限于知识本身的整合与重构。并且，数据挖掘及分析技术的不断提高，为各类半结构数据和非结构数据的提炼和知识创新予以技术支持。在此情境下，依赖于较高水平的媒介与信息素养，能够充分利用新媒体工具快速搜索并识别所需要的数字化信息，及时有效地对内容进行筛选、分析和提炼，并结合现有的知识基础进行更新和重构以实现知识创新。这种来源于外部信息的动态知识创造过程促使企业及时掌握动态环境的变化，不断调整内部的惯例和机制避免陷入核心惯性，具备更强的动态能力和适应能力。因此，以“大数据”为载体的信息成为了企业的知识创新资源，依赖个体媒介信息素养对数字化信息的有效识别和处理能够提高知识创新效率，并为企业知识创新提供新

的视角。

2 媒介与信息素养对企业知识创新的影响分析

大数据时代,媒介信息素养可以通过信息挖掘分析来提升知识创新的能力。因为数据和信息不再局限于分析结果,而逐渐成为科学研究和商业分析的途径和工具。所以以共享、交互和及时等性能为特点的新媒体成为获取海量数据信息的工具,同时也能够科学地处理和分析这些信息而生成新的知识。企业知识创新源于对数据为载体的数字化信息的内容整合与分析,这一过程离不开对信息敏锐的感知能力以及不断提升的获取、挖掘和整合技术及能力。鉴于此,本研究将借助个体媒介与信息素养这一概念,结合学者郭宇和赵树宽[13]提出的构成媒介与信息素养的3个维度:信息需求意识、新媒体技术应用能力和数据信息整合能力,来分析媒介与信息素养对企业知识创新的影响。

2.1 信息需求意识对知识创新的影响

信息需求意识指主体对信息在知识创新过程中重要性的认识程度,它是媒介与信息素养的前提[23]。具有较强媒介与信息素养的主体会重视信息的获取和利用,准确判断自身的信息需求,从而在瞬息万变的事件中捕捉信息,从复杂的现象中发现和挖掘有价值的信息[24]。大数据背景下,信息技术与新媒体的不断更新发展、信息资源的飞速增长导致信息过载,信息资源的种类多样、规模巨大,同时传播结构混乱无序,导致利用信息的过程因缺乏有效的定位和选择,无法高效获取信息[25]。因而企业善于从众多数据信息中挖掘出所需信息,获得并分析有价值的信息资源是实现知识内化并产生新知识的关键。所以于企业而言能够有效地从海量数据中把握自身需求信息的变化,并在第一时间获取这些信息,是企业知识创新的基础。

2.2 新媒体技术应用能力对知识创新需求的影响

新媒体技术是基于 Web 2.0 网络环境,通过计算机、通信和数字传播等技术发展实现,包含手机、电脑等电子设备为终端的媒体技术形态。相较于传统的媒介系统,新媒体打破了线性的信息传播模式[26],这使得原有对信息的加工和整理工作变得更加灵活,不再受空间的限制并可以进行跨越时空的传播,更为不同领域和方向的知识交互与融合创造了条件。具有新媒体技术应用能力意味着能够合理地应用技术手段有效收集并处理包含图文、音频、视频等多样化的数字化信息资源,在自我组织的资源网络中,高效地建立与外界的联系和沟通渠道,获取相应的反馈信息,实现知识分享与创新[27]。这恰好与大数据时代呈现的信息数字化、共享化和网络化等资源形态切合,能够直接影响所获得信息的质量和分析信息的效率及深度。因此,大数据背景下,企业的新媒体技术应用能力一方面能够跨时空及时甄别并获取网络资源中有价值的信息,同时能够加速所获取信息的加工和转化,使海量多样的信息变得有序,形成具有核心优势的企业知识数据库,从而为知识创新的过程提供技术手段的支持。

2.3 数据信息整合能力对知识创新需求的影响

数据信息整合能力是指对信息快速获取,以及进行吸收、整合和利用的素质和技能[28]。具有较高的数据信息整合能力意味着企业能够合理利用所获取信息,并对这些信息进行归纳和综合以进行信息的重组。这种信息的吸收到重组的过程对应着新知识创造的过程。学者叶英平、卢艳秋和肖艳红在研究中表明知识创新的过程包括新知识的获取、整合、创造和利用,在这个过程中显性知识和隐性知识得到相应的转化和整合,以得到创新知识[29]。其中,知识获取表明企业知识创新的前提是拥有充足的信息量和知识量;知识整合、创造和利用是将获取的外部信息和内部信息进行充分有效的融合以实现知识转化的过程,从而对不同的信息源和数据源进行重新组合,使其可以实现知识隐性和显性的转化和更新过程,从而生成新的知识。因此,企业所拥有的数据信息整合能力直接影响获取信息和整合知识的质量与速度,从而影响知识创新的效果。

3 媒介与信息素养下企业知识创新支撑路径的逻辑构成

如上文所述,大数据环境下企业知识创新需要融入媒介信息素养,有助于个体适应大数据环境,并提高面对大量的数字化信息资源需具备的信息处理、组织和分析的能力。通过对大数据的整合与分析可以促进企业的知识更新与重塑,从而提高知识创新效率及水平。本文将借助个体媒介与信息素养这一概念,从信息需求意识、新媒体技术应用能力和数据信息整合能力3个维度出发探究企业知识创新来源、知识创新手段和知识创新过程,在此基础上构建企业知识创新的支撑路径。

3.1 基于信息需求意识的知识创新来源路径

企业知识创新是建立在获取知识的基础上进行的动态活动,这一过程首先通过信息需求意识为路径形

成知识创新所必要的知识来源。结合解敏和衷克定对主体的信息意识状态的研究[30]，本文构建基于信息需求意识的知识创新来源路径，见图 1。首先，企业先要进行市场、人才和竞争等信息的输入，进行深层的信息需求转化，相较于浅层信息需求而言这类信息需求要将所获得的信息进行内化最终形成知识。其中，市场信息体现了知识创新的方向和机会，企业只有抓住市场动态，适应市场并抓住市场才能具备动态能力；人才信息体现了企业的生产经营活动中高度依赖的人才知识和技能，尤其是管理、技术、供销等方面的人才信息，他们是推动企业可持续发展的基础；竞争信息是对市场中竞争对手和竞争环境信息的采集、选择、评价、分析，通过竞争信息能够对发展趋势作出预测，为企业的战略和战术决策提供依据。其次，需要深层转化的信息会通过信息行为觉知、信息情感和信息观点 3 个方面进行过滤而形成信息需求意识。也就是说，信息需求意识是在主体感觉到信息行为后，认为信息的加工活动能够对自身产生影响才能形成；同时，信息情感标识了信息需求意识的动向，是外显的、容易被察觉的，体现了信息主体处于稳定的意识结构；信息观点意味着以往的信息活动会形成某种经验，从而影响主体推测未来和联系自身发展的能力，是信息需求意识的基础[31]。最后，经过信息需求意识过滤而获取的信息将会在信息活动中继续被加工，通过信息的交流、深入和应用形成新的信息源，完成信息到知识的转化，从而成为企业知识创新的基础和源泉。

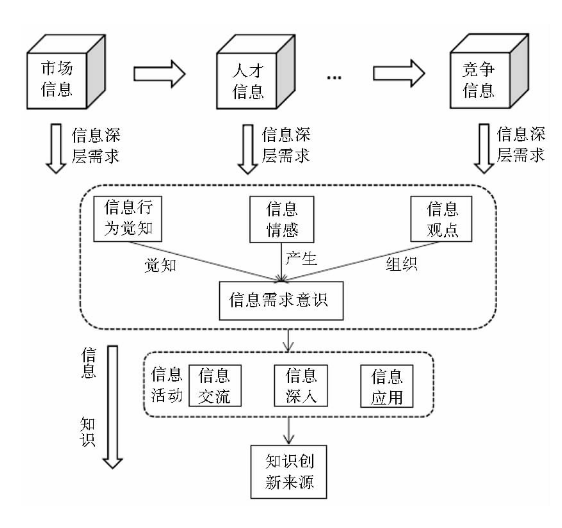


图 1　基于信息需求意识的知识创新来源路径

Entelo 公司基于各大社交网络平台提取各类与公司相关的信息，用以识别人才的流动倾向，诸如通过企业的股票走势、高层调整和公司被收购等信息进行判断。数字化信息的人才识别模式有利于获得人才，提高企业绩效。美国的 Chango 公司和中国的 Uniqlick 公司通过对互联网用户的浏览痕迹和搜索内容等信息进行追踪，将对市场信息的分析转化为更精准的营销策略及模式，从而实现了高效回报。McKesson 公司针对物流配送中的产品线路、运输情况和污染物排放等信息进行了精确统计和分析，形成可视化成本分析模式，用于估测和自动形成配送及配置方案。这不仅减少了运营成本，而且增强了用户的反馈和响应能力，为企业节省 1 亿美元流动资金并显著提高了企业绩效。

3.2　基于新媒体技术应用能力的知识创新手段路径

新媒体技术应用能力是企业知识创新的手段，在信息到创新知识的过程中扮演着重要角色。基于新媒体技术应用能力的信息到知识转化路径是一个系统的过程，上一步骤的输出结果会推进下一步骤的信息加工和处理，本文结合相应的研究成果[2]构建基于新媒体技术应用能力的知识创新手段路径，见图 2。基于新媒体技术应用能力的知识创新模式具体表现为：首先，以电脑、手机和数字电视等移动终端载体和无线网络作为传播介质，按照预先的定义对这些终端和介质的数据信息进行采集；其次，经过正文提取和去重、过滤等预处理之后得到粗加工数据，再基于具体的分析算法对粗加工数据进行二次处理，二次处理主要包括内容深度分析、情绪分析、热点分析和趋势分析等；最后，将上一步中汇集的各主题数据信息进行资源汇集，运用各种信息技术，经过知识的采集、存储、组织、分析和整理等环节，形成各种知识库，为后续的企业知识创新提供基本的资源支持。知微公司将数据分析作为核心业务，通过与微软、惠普等公司合作成立云计算应用中心，将从微信、微博和产品 APP 等新媒体获得的信息进行粗加工之后，再进行二次处理与分析，最终实现对新媒体信息的整合。这不仅能够为客户运营、规划和建设提供具体的方案，更能对自身的精细化及智能化决策及管理制定提供全新的实施方案，从而实现基于精准商业情报服务的价值创造。

3.3　基于数据信息整合能力的知识创新过程路径

数据信息整合能力是实现知识整合创造和利用从而产生新知识的重要能力，其数据信息的整合过程也构成并支持了知识创新的过程。参考叶鑫、董路安和宋禺有关数据和知识的集成模式研究[32]，本研究构建基于数据信息整合能力的知识创新过程路径（见图 3）。在该模型中将知识元与知识创新的产生过程进行融入，知识元是知识的最小形态[33]。通过知识元建立数据和知识的联系，说明数据整合能力在知识创新中

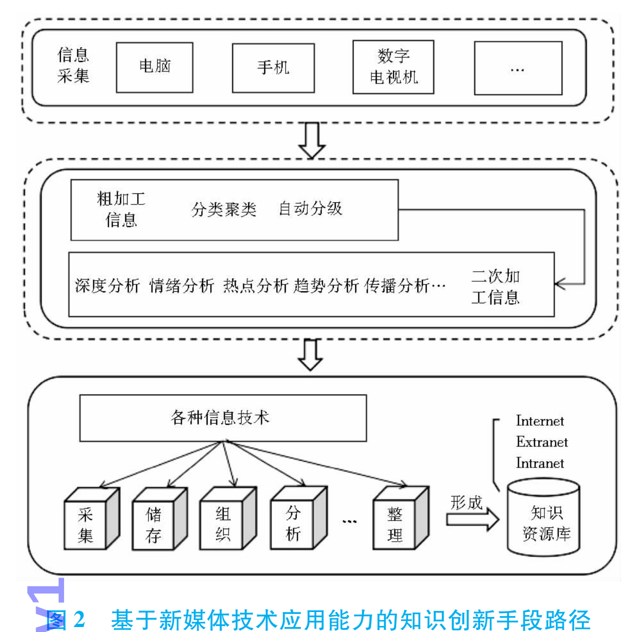


图 2　基于新媒体技术应用能力的知识创新手段路径

的重要角色。首先，信息到知识创新的产生主要遵循“信息源→数据→知识元”的路径。将信息以数据的形式体现，通过对数据的集成和分析形成元数据，元数据成为数据与知识之间的桥梁，数据集成的自动化程度与智能性决定了知识的整合、创造和利用的效率。一方面，在数据信息整合能力的推动下能够进行数据分析与挖掘，可提高分析的针对性和分析结果的准确性。另一方面，基于数据分析所发现的知识，与网络知识元融合从而实现知识创新。阿里巴巴公司自成立之日就将“数据”的加工作为业务开展的核心，依托于信息技术系统和各类信息库，对有关联的信息进行追踪和提取，以形成可分析的实时数据。该企业通过对这些实时数据的多维度和精细化挖掘与分析，能够开发出各类有效服务交易对象的产品。例如淘宝推出的“数据魔方”“黄金策”等产品都是通过对市场开放信息进行数据分析而发挥有效决策功能的产品，此两项产品成为企业及特定个体追捧的数据利器。

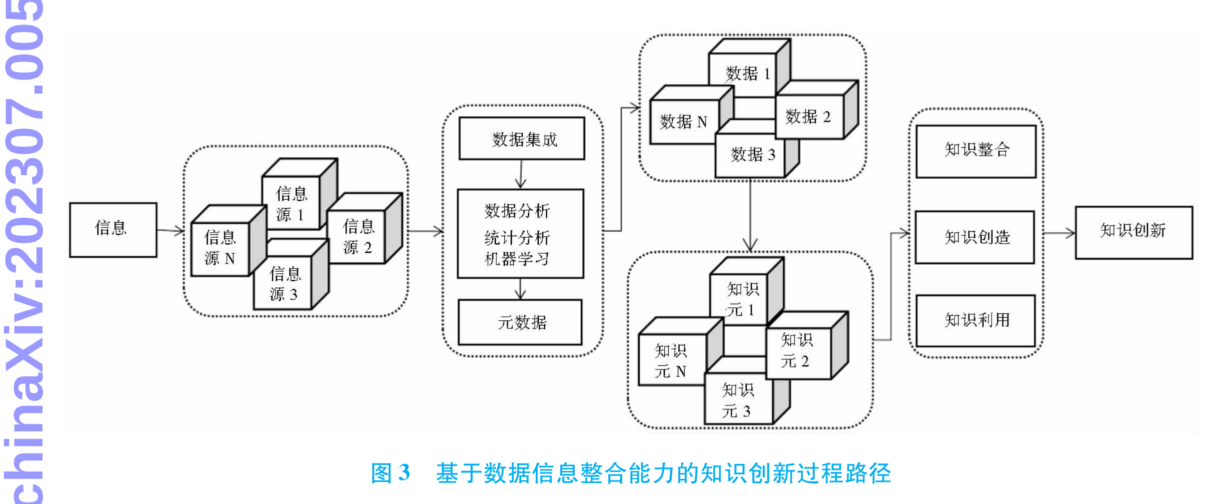


图 3　基于数据信息整合能力的知识创新过程路径

媒介信息素养的 3 个维度构成了知识创新的不同路径，其中知识创新的信息需求意识模式是知识创新的来源，新媒体技术应用能力模式是知识创新的手段，而数据信息整合能力模式是知识创新的过程，各个路径对知识创新的支持总体上是一个相互关联和增进的过程，从逻辑上看共同构成了基于媒介与信息素养的企业知识创新支撑路径，见图 4。

4　大数据背景下企业知识创新实现对策

大数据背景下，企业进行知识创新会受到多种因素的影响和推动，这使企业在制定创新战略时必须考虑这些因素，前瞻性地分析知识创新的驱动因素和重要意义，从而推动企业竞争力的进一步提升。因此，结合大数据时代呈现的“数据－信息－知识”关联性特征，以及基于信息需求意识、新媒体技术应用能力和数据信息整合能力的企业知识创新三重路径，笔者将结合具体实例从知识创新主体的思维态度、创新手段以及组织环境 3 个方面提出企业知识创新的实现对策。

4.1　培育知识创新主体的“数据－信息－知识”整体关联性思维

企业知识创新的过程往往依赖个体的思维活动与分析方式，个体所具备的相应理论、方法、观念和手段会形成独特的创新方式，对企业知识创新工作实践具有重要的意义和作用。在大数据时代，以数据为载体的信息是个体获得全新认知以创造新知识的必要资源，它的海量增长与急速扩展不仅对信息生态环境和商业生态环境，甚至于企业内部的业务模式和工作内容都带来了巨大的改变。在此情境下，个体如何适应大数据时代，应用科学的数据分析范式和先进的技术手段进行知识创新，关键在于能否形成“数据－信息－

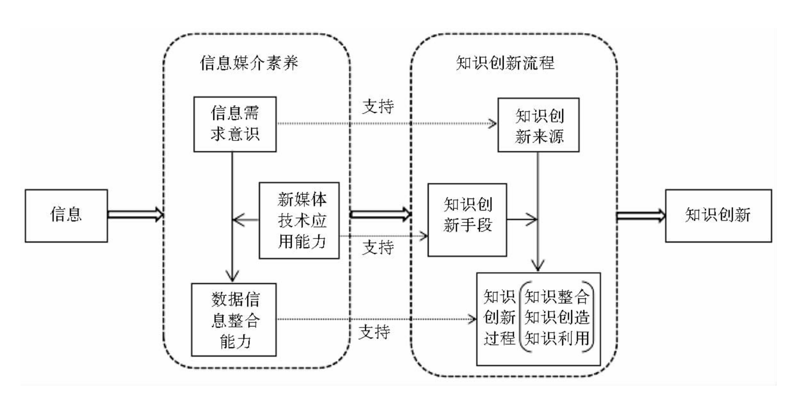


图4 基于媒介与信息素养的知识创新支撑路径

知识”的整体性创新思维。这种思维意味着企业的知识创新主体能够在进行知识创新的过程中打破现有的知识整合路径，充分搜寻与探索外部的数字化信息，同时应用科学的数据分析范式对收集的数字化信息进行分析，这一过程要依赖信息分析与知识提炼的新工具和技术。伴随着分析任务的不断变换和技术手段的相应提高，知识创新的主体需要不断调整并适应周围信息生态环境的变化，科学地部署数字化信息搜集与分析的流程和目标。不仅要对外部数字化信息和所具备的商业价值保持持久的敏感性，而且要提高与之相备的动态能力，通过树立个体的“数据－信息－知识”整体性思维才能更好地胜任大数据时代的知识创新任务。例如，将“数据－信息－知识”整体性思维应用于企业知识创新战略流程中，可以遵循的思维路线是：企业发展需要具体可行的数字化使命及目标→打造以数字化媒介手段为方法的创新型企业→根据数字化资源进行SWOT分析，并考虑“数据－信息－知识”整体性思维下的企业知识创新模式是否符合利益相关者的需求→在实际工作中，要加强对技术部门和知识型员工的激励与配置，构建企业文化保障知识创新的成功实施。

4.2 提高知识创新主体的媒介与信息素养

随着时间和信息技术条件的改变，个体的知识创新方式也要经历动态变化的过程。想要更好地适应大数据时代，知识创新的个体就需要充分利用新媒体工具快速搜索所需要的数字化信息，对搜寻的内容进行合理的筛选、正确的评价和利用，以实现新知识内容的产生。因此，良好的媒介与信息素养是个体进行知识创新不可缺少的能力。首先，要提高知识创新主体在信息需求意识方面的总体要求和审核标准，使员工对有意义和价值的数字化信息进行准确定位、获取和分析利用，将知识创新中的科学决策与数字化信息相互关联，从而在动态环境中时刻保持对信息的敏感性和增强对信息所具备商业价值的判断力。Tableau公司致力于对员工数据素养的提高，一方面鼓励其高层管理者依据数据进行管理及决策，另一方面鼓励员工挖掘数据信息，并使用数据进行交流。其次，要培养员工的新媒体技术应用能力，使其在知识创新的过程中能够充分利用互联网搜索引擎等新媒体技术对外部的数字化信息进行高效获取和处理。与此同时，企业也要完善信息管理的硬件基础，对数字化信息的通讯设施、输入输出设备和实验室等技术设施系统进行更新，确保员工能够快速提升并高效运用新媒体技术应用能力。Facebook定期举办数据训练营（Data Camp），培养新员工的大数据思维意识，让每一个入职的员工都接受数据的实战训练，这有助于每一个员工都成为基于数据了解用户的人才。

4.3 构建大数据时代的企业知识创新环境

大数据时代企业的知识创新会受到多种因素的推动或制约，良好的企业知识创新环境可以避免以往因路径依赖所造成的核心刚性陷阱。首先，为了转变知识创新的既有模式，要在组织内营造良好的数字化信息探索与利用文化，鼓励员工灵活利用新媒介工具，及时掌握外部信息及动态环境的变化，并愿意共享和交流数据、信息或知识内容，使组织成员对能够实现知识创新的信息具有敏锐的直觉、持久的追踪力和高效的挖掘能力。如阿里巴巴集团自淘宝成立之初就建立了“数据思维”，并不断搜集旗下各个平台的点击量、交易率和浏览用户等数据，同时获取外部数据，全面分析用户需求和消费倾向，时刻围绕数据战略进行数据的“管理、养护和沉淀”，从而提升在大数据时代的精细化管理和运营，并为用户提供更具差异化的服务体验。其次，企业可以借助柔性多变的“扁平式”网络组织结构，以更灵活的决策方式贯彻整体性创新思维，提高企业员工的媒介信息素养，同时有效获取多元的数字化信息，实现对市场、顾客和其他利益相关者的资源获取和管理，提高企业的知识创新效率。例如360公司通过构建多级虚拟委员会平台，能够打破组织架构的僵化流程，在该委员会内实现各级员工对新想法和新思路的平等交流和讨论，这有利于组织成员更好地适应不断升级的大数据环境，不仅能降低核心刚性，提高动态能力，同时能够缩短有效反馈的时间，增强管理效率。最后，企业要借助新媒体技术等数据挖掘和信息

分析工具搭建特色的知识创新平台。通过知识创新平台,企业的员工能够有效获取企业的内部知识资源,并利用有针对性的学习资源库,从而提高技术应用和数据整合能力。同时,企业的知识创新平台要加强内部知识共享和与外界的沟通和互动,从而充分整合内外部的数字化信息资源,形成内部知识创新的良性循环。以 360 公司基于网络平台搭建的网络型组织为例,该网络组织除了直接能够满足业务需求外,还包括 3 个加强内部沟通的系统:能够搜索到企业内所有人的内部通讯系统;能够充分照顾员工的个性化需求的 HR 系统;促进组织交流提升参与感的员工论坛。这 3 个主要的系统能够及时解决员工的问题并增强员工的归属感。

5 结语

大数据时代,数据、信息和知识的关联性日益增强,促使企业对信息需求的精细度逐渐提高,尤其是个体媒介与信息素养在知识创新过程中的重要性不断得以显现。本文以个体媒介与信息素养为基础探究了支撑企业知识创新的三重路径视角(信息需求意识、新媒体技术应用能力和数据信息整合能力)及其逻辑构成,它们相互关联彼此增进,为企业在大数据时代进行知识创新提供全新视角。

参考文献:

[1] GREEN K. National innovation systems: a comparative analysis [J]. Social science electronic publishing, 2010, 26 (2): 191－192.

[2] 程刚,吴娣妹. 科技型中小企业知识创新的知识服务模式研究[J]. 情报理论与实践,2018,41(4):38－43.

[3] MARZUCCHI A, MONTRESOR S. Forms of knowledge and eco-innovation modes: evidence from Spanish manufacturing firms[J]. Ecological economics,2017,131(1):208－221.

[4] 龙跃. 知识创新研究综述与评析[J]. 情报杂志,2013,32(2):88－92.

[5] WALDINGER F. Bombs, brains, and science: the role of human and physical capital for the creation of scientific knowledge[J]. Review of economics & statistics,2016,98(5):811－831.

[6] 王晓红,金子祺,姜华. 创新团队成员知识创新行为的系统动力学研究[J]. 研究与发展管理,2014,26(2):120－128.

[7] WANG D, SU Z, YANG D. Organizational culture and knowledge creation capability[J]. Journal of knowledge management,2011,15(3):363－373.

[8] DONATE M J, GUADAMILLAS F. Organizational factors to support knowledge management and innovation[J]. Journal of knowledge management,2011,15(6):890－914.

[9] BRANNBACK M. R&D collaboration: role of Ba in knowledge-creating networks[J]. Knowledge management research & practice, 2003,1(1):28－38.

[10] TOLSTOY D. Knowledge combination and knowledge creation in a foreign-market network[J]. Journal of small business management, 2010,47(2):202－220.

[11] HIBERT M. Big data for development: from information- to knowledge societies[EB/OL]. [2018－05－23]. https://www.researchgate.net/publication/254950835_Big_Data_for_Development_From_Information-_to_Knowledge_Societies? ev = pubfeed_inst.

[12] 金欣,宗士强,李友江,等. 面向大数据基于知识的决策信息需求动态生成方法[J]. 计算机工程与设计,2015,36(7):1900－1907.

[13] 郭宇,赵树宽. 媒介和信息素养对知识创新意愿影响的实证研究[J]. 图书情报工作,2017,61(17):108－115.

[14] 化柏林,郑彦宁. 情报转化理论(上)——从数据到信息的转化[J]. 情报理论与实践,2012,35(3):1－4.

[15] ZINS C. Conceptual approaches for defining data, information, and knowledge[J]. Journal of the Association for Information Science & Technology,2014,58(4):479－493.

[16] 祝振媛,李广建. "数据－信息－知识"整体视角下的知识融合初探——数据融合、信息融合、知识融合的关联与比较[J]. 情报理论与实践,2017,40(2):12－18.

[17] HAJAM M A. Media and information literacy[EB/OL]. [2018－05－23]. http://www.indianjournals.com/ijor.aspx? target = ijor:ijidt&volume = 6&issue = 4&article = br.

[18] 国际图联管理委员会. 国际图联媒介和信息素养建议书[EB/OL]. [2018－05－23]. http://www.docin.com/p-804610135.html.

[19] 吴淑娟. 信息素养和媒介素养教育的融合途径——联合国"媒介和信息素养"的启示[J]. 图书情报工作,2016,60(3):69－75,147.

[20] 艾米顿. 知识经济的创新战略:智慧的觉醒[M]. 金周英,等译. 北京:新华出版社,1998:67－69.

[21] 徐瑞平,王丽,陈菊红. 基于知识价值链的企业知识创新动态模式研究[J]. 科学管理研究,2005(4):78－81,119.

[22] 林芹,郭东强. 开放式创新社区知识云传播能力影响因素研究[J]. 情报理论与实践,2017,40(2):92－96.

[23] 马费成. 信息管理学基础[M]. 武汉:武汉大学出版社,2011:46－50.

[24] 王征清. 网络时代的信息素养培养[J]. 情报科学,2002(5):453－455.

[25] 蔡骐,李玲. 信息过载时代的新媒介素养[J]. 现代传播(中国传媒大学学报),2013,35(9):120－124.

[26] 魏超. 新媒体技术发展对网络舆情信息工作的影响研究[J]. 图书情报工作,2014,58(1):30－34,71.

[27] SIGALA M, CHALKITI K. Knowledge management, social media and employee creativity[J]. International journal of hospitality

management,2015,45(1):44 –58.
[28] FARRELL J, FLOOD P, CURTAIN S M, et al. CEO leadership, top team trust and the combination and exchange of information[J]. Irish journal of management,2004,26(1):22 –40.
[29] 叶英平,卢艳秋,肖艳红. 基于网络嵌入的知识创新模型构建[J]. 图书情报工作,2017,61(7):102 –110.
[30] 解敏,衷克定. 信息意识概念的新构想与实证[J]. 现代远程教育研究,2012(5):51 –56.
[31] 卢晓勤,徐海燕. 浅论信息意识与创新能力[J]. 现代情报,2002(3):15 –16.
[32] 叶鑫,董路安,宋禺. 基于大数据与知识的"互联网 + 政务服务"云平台的构建与服务策略研究[J]. 情报杂志,2018,37(2):154 –160,153.
[33] 王延章. 模型管理的知识及其表示方法[J]. 系统工程学报,2011,26(6):850 –856.

作者贡献说明:
王弘钰:参与论文的总体结构设计并提出修改建议;
邹纯龙:负责论文主体部分的撰写;
马海群:参与论文的总体结构设计并提出修改建议。

Research on the Sustaining Path of Knowledge Innovation for Enterprises Based on the Media and Information Literacy

Wang Hongyu[1]　Zou Chunlong[1]　Ma Haiqun[2]
[1] Business School, Jilin University, Changchun 130012
[2] Research Center of Information Resources Management, Heilongjiang University, Harbin 150080

Abstract: [**Purpose/significance**] This paper constructs the sustaining path of knowledge innovation for enterprise from individual media and information literacy, so as to provide with a new perspective and specific method for promoting the enterprises knowledge innovation. [**Method/process**] First, it defines and discriminates the notion of data, information and knowledge, meanwhile studies the review of media and information literacy and knowledge innovation from its overall relevance, and then constructs enterprise knowledge innovation sustaining path with three dimensions of media and information literacy as the route through case analysis, and proposes corresponding measures. [**Result/conclusion**] Results show that support path of knowledge innovation in enterprise are information consciousness, new media technology application ability and information integration, which are namely the source, means and process for knowledge innovation.

Keywords: knowledge innovation　sustaining path　media and information literacy　big data